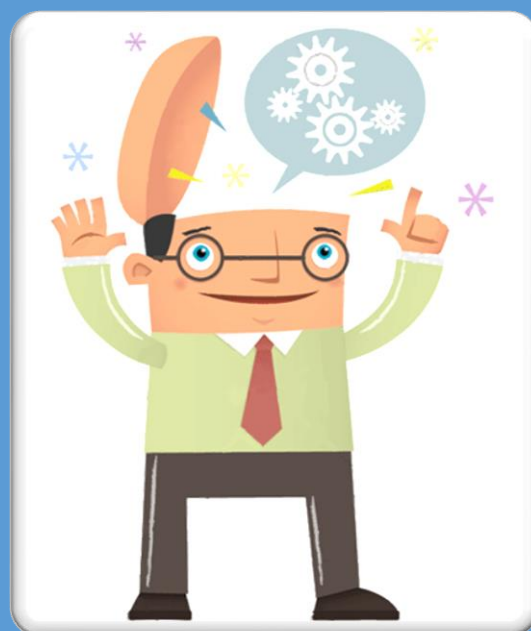


# Estrategias para potenciar tu Creatividad

- Anexos -



## **APENDICES**

**APENDICE 1. Para saber si tu idea es buena...¡pregunta al cliente!**

**APENDICE 2. Recupera la creatividad, con estos 7 consejos!**

**APENDICE 3. Cómo organizar una tormenta de ideas perfecta**

**APENDICE 4. ¿Qué seis frenos matan la creatividad?**

## Para saber si tu idea es buena...¡pregunta al cliente!

Sencillo y complejo a la vez: sal a la calle y pregunta a tu potencial cliente. Pero ¿qué y cómo preguntas?, ¿cuántas entrevistas son suficientes?, ¿cómo interpretar los resultados? Ya te decíamos que fácil no es, pero tampoco imposible.

26/04/2016

Tu cliente no son todos. Es uno, bien definido y con unas características concretas. “Si tu proyecto tiene que estar focalizado en satisfacer las necesidades de un cliente concreto y no lo tienes identificado, puedes estar quemando recursos por venderle algo a alguien que no lo quiere porque no lo necesita”, señala Javier Jiménez, experto de Lanzadera. Aquí puedes leer un amplio artículo donde se pormenorizan todos los **tipos de estudios de mercado que puedes emplear.**



### El cliente, en el epicentro.

“Es importante tener una visión, pero sin olvidar que lo importante es el cliente, porque si no tienes clientes, no hay negocio”, afirma Javier Megías, experto en modelos de negocio, que subraya que lo primero que debes validar es que el cliente realmente existe y tiene la pinta que tu crees que tiene: de tal perfil, con esa edad, con estos gustos, con estas necesidades, etc. “Se suele dedicar tiempo y esfuerzo a la hipótesis de solución y no tanto a las de cliente y problema, que son las más importantes. Muchos proyectos se centran en la hipótesis de solución y luego se dan cuenta que no hay gente dispuesta a pagar”, añade.

Megías recomienda los mapas de empatía, “porque muchas veces nos imaginamos cosas del cliente que no lo son. Estos mapas permiten ponerse en los zapatos del cliente, lo que ayuda a analizar cómo es. Estamos acostumbrados a salir al mundo real a vender, pero no a preguntar y, muchas veces, por no pasar ese mal trago, damos por buenas muchas hipótesis sin haber preguntado a los clientes”.

## Define su perfil.

José Antonio de Miguel, experto en lean startup, sostiene que una idea tiene que estar asociada a la solución de un problema que afecta a un colectivo de personas. “Si piensas en ellas, con unas características comunes, que están teniendo ese problema en un contexto concreto, debes identificar cómo son , por dónde se mueven, qué gustos y aficiones tienen...”.

## El cuestionario.

Puede parecer una obviedad, pero cuando salgas a la calle a preguntar, “tienes que saber con quién vas a hablar y qué quieres aprender. Escribe un guión. Antes de hacer las entrevistas, haz role playing para ver si funciona, si las preguntas se entienden... Coloca preguntas de control para asegurarte que el entrevistado no miente. Cuando salgas a la calle, lleva el cuestionario memorizado o como soporte, pero no escrito, porque como el objetivo es conversar con ese usuario, podrás salirte un poco del guión. Mentalízate de que no vas a interrogar sino a conversar y escuchar para recibir feedback”, destaca De Miguel.

Megías recomienda la herramienta ‘entrevista cliente–problema–solución’, “que consiste en una charla de 10–15 minutos con un cliente target para descubrir las cosas que no conoces. No le cuentes lo que vas a hacer, porque estará condicionado y no valdrán sus respuestas. Plántele el marco del problema sobre el que quieres hablar pero sin darle detalles. Sobre todo, pregúntale su opinión sobre determinados aspectos (varios problemas) y déjale hablar. Y también, cómo está resolviendo esos aspectos (problemas). Con eso, no sólo descubres cómo ve los problemas ese cliente sino cómo lo ha cubierto o cómo lo ha intentado cubrir y qué otros problemas ha encontrado mientras lo hacía”.

Simón Lee, de Incubio, recomienda empezar por el contexto: quién es el usuario, qué hace, dónde va, cómo son sus rutinas... “De forma muy sutil, acércate al caso de uso donde está el problema. El cuestionario debe estar abierto a preguntas que pueden surgir tras cada respuesta. Indaga poco a poco y entrevista tras entrevista, mejorarás la técnica”.

## Comportamiento.

Según De Miguel, “con las entrevistas llegaremos a comprender el comportamiento de esas personas en los contextos en los que pensamos que tienen ese problema. Las dos peores preguntas son: ¿Tu comprarías este producto? y ¿pagarías X dinero por este producto?”.

Borja Piñeiro, de La Salle Technova Barcelona, recomienda preguntar en pasado para descubrir sus hábitos. “La forma para no condicionar las preguntas es hacerlas en pasado. Una vez que tienen estas primeras entrevistas su idea suele cambiar de lo que pensaban al principio”.

Megías añade: “Para finalizar, pregúntale que si algún día sacáramos algo de esto, ¿te interesaría saber más? Esto, muchas veces, se convierte en tu primera fuente de clientes. Y otra pregunta es ¿con quién más podría hablar de esto?”.

## ¿Cuántas entrevistas?

Para De Miguel, no hay un número óptimo, “pero recomiendo, como mínimo, 25 entrevistas”. Lee, de Incubio, considera que hay que dejar de hacerlas “cuando llegas al punto de la saturación del discurso. Notas que el discurso resulta repetitivo y te dejas de sorprender”. Para Megías, “el punto es cuando dejas de aprender, cuando ya sabes lo que te van a decir los entrevistados”.

Link: <http://www.emprendedores.es/gestion/preguntar-a-clientes-como-hacer-estudio-de-mercado>

# Recupera la creatividad, con estos 7 consejos!

Publicado el 15 Abril, 2015 por [UniMOOC](#)

Bloqueo mental, estar quemado, llámalo como quieras. Cuando la creatividad deja de fluir parece que nunca vaya a volver.

¿Qué hacer cuando las ideas dejan de fluir y la inspiración no aparece por ninguna parte?



Tu cerebro se puede revitalizar, incluso si estas sufriendo un bloqueo mental de magnitudes antológicas. No hace falta que empieces a golpearte la cabeza contra la pared, no, esa no es la forma de sacar las ideas de tu cabeza. Así que aquí te presento una lista de 7 consejos con los que puedes recuperar esa creatividad de la que disfrutastes antaño.

## 1. Rebote de ideas.

Básicamente es una lluvia de ideas. Una lluvia de ideas cuando estas con tus amigos. Reúnete con ellos, tomate unas cervezas, y las ideas empezaran a surgir como si nada, puede que sean absurdas, pero sin duda serán innovadoras y originales, puede que alguna se pueda llevar a cabo!

## 2. Cambia tu entorno.

La rutina, el estar viendo siempre las mismas paredes todos los días, puede hacer que al final tu mente se paralice. Cambia de trabajo, o al menos cambia tu despacho. Muévete, puede que algo surja.

## 3. Busca la ideas en sitios raros.

La inspiración te puede llegar del sitio mas extraño. Puedes leer chistes, observar a la gente, o ver una exposición en un museo. La creatividad, después de todo, se trata de unir conceptos no relacionados, de una forma nueva.

## 4. Tómate un descanso.

¿Tomarse un año sabático? Tal vez, si puedes... . Realmente se trata de tomarse un tiempo para respirar. Trabajar en algún proyecto diferente, ir a ver una película, o simplemente dar un paseo. El cerebro al igual que los músculos del cuerpo, necesita relajarse. Un estudio reciente encontró que 52 minutos era la cantidad perfecta de tiempo para trabajar antes de tomarse un descanso. Aun que esto no es del todo práctico, lo que si que se debería de hacer, es saber cuando tu cerebro esta fatigado, para así descansar 5 minutos.

## 5. Hacer deporte.

No será el consejo favorito para la mayoría de la gente, pero es realmente efectivo. Una gran cantidad de estudios de investigación han demostrado que el ejercicio eleva la creatividad cognitiva y la productividad. Natación, ciclismo, o simplemente caminar, ponte en marcha, la

actividad física te proporcionará mayor confianza, así como resistencia, e incluso puede aumentar tu inteligencia.

## **6. Sigue las tendencias.**

Investiga para ver que palabras o temas son populares en la sociedad (5 minutos y Google, si no quieres complicarte). Una vez estés al corriente de las tendencias, siempre podrás encontrar alguna forma de darle la vuelta a alguna idea que sea tendencia.

## **7. Diviértete.**

Albert Einstein dijo: “La creatividad es la inteligencia que se divierte”. Vas a ser mucho más productivo con una sonrisa en la cara que con el ceño fruncido. Trata de incorporar juegos a tu proceso creativo.

Puedes encontrar que tu mente responde rápidamente a alguno de estos consejos, pero lo más probable es que tendrá que alternar entre varios de ellos. Recuerde que la creatividad y la mente prosperan en la variación.

Link: <https://unimooc.com/consejos-recuperar-creatividad/>

## Cómo organizar una tormenta de ideas perfecta

Recuperamos del 'padre' de la metodología Design Thinking, **Tom Kelley**, [cofundador de la consultora de innovación IDEO](#), las claves para llevar a cabo la tormenta de ideas perfecta para resolver problemas y encontrar oportunidades para tu negocio.

20/11/2015

"Muchas organizaciones emplean las sesiones de tormenta de ideas, pero la mayoría no las lleva a cabo correctamente. Deberían realizarse al menos semanalmente (si no diariamente) y durar no más de 60 minutos cada una (si dura más, las ideas se tornan repetitivas)", asegura **Tom Kelley**, director general y co-fundador de la consultora de innovación IDEO, en su libro *El arte de la innovación* (versión Kindle, en inglés).

En el libro apunta qué cinco cosas hay que hacer y qué cinco cosas que hay que evitar para realizar sesiones de tormenta de ideas eficientes:

### SÍ:

- 1. Poned el foco en un problema concreto:** "Para poder resolver un problema, debe comenzar por definirlo en términos claros".
- 2. Jugad sin juzgar:** "No perdáis el tiempo debatiendo quién tuvo qué idea, esto puede ser una pérdida de energía".
- 3. Utilizad números:** "Enumerad las ideas. Esto sirve de punto de comparación para saber cuántas ideas se han desarrollado, y los participantes pueden referirse a ellas llamándolas por el número que le corresponden".
- 4. Emplead los conceptos 'construir' y 'saltar':** "Construir significa enunciar una idea ya discutida, mientras se presenta el próximo paso necesario para perfeccionarla. Saltar significa cambiar de dirección totalmente e intentar encontrar una solución diferente".



**5. Buscad suficiente espacio para plasmar las ideas:** "Cubrid todo el espacio disponible con papel, para poder escribir las ideas por todo el salón. Esto da la oportunidad de visualizarlas mejor. Utilizad material físico, nada de ordenadores".

**NO:**

**1. Dejáis que hable el jefe primero.** "Mandadlo a tomar café", sugiere Kelley.

**2. Convoquéis a expertos:** "Con frecuencia, las grandes ideas vienen de quien menos se las espera".

**3. Utilice lugares predeterminados:** "Si sólo se hace una vez al año, en una ocasión especial, en un sitio alejado – no está mal, pero estará limitando las oportunidades a ese único evento".

**4. Exijáis seriedad en todo momento:** "Aniquila la creatividad".

**5. Toméis notas de todo:** "Tomar notas puede desviar su enfoque hacia el lado equivocado de su cerebro".

Link: <http://www.emprendedores.es/gestion/como-organizar-tormenta-ideas-perfecta-tom-kelley>

# ¿Qué seis frenos matan la creatividad?

Publicado el 27 Junio, 2014 por [UniMOOC](#)

La **creatividad** es una de las capacidades más importantes del **ser humano**, es una de las características que nos hace serlo y demostrar nuestra **inteligencia**, porque es aquella que le permite crear nuevas cosas a partir de lo que ya existe en el mundo, encontrar soluciones creativas a los problemas y de **inventar** cosas que antes no existían. Si tenemos en cuenta que el ser humano se caracteriza por adaptar la naturaleza y lo que lo rodea a sus **necesidades**, comprenderemos por qué entonces en esto es central la creatividad: la capacidad de **pensar** en algo nuevo y mejor es lo que hace que la sociedad y la civilización humana avance en definitiva hacia nuevas y mejores formas.

Pero a veces tenemos **bloqueos a nuestra creatividad**. Tenemos la necesidad de activar el **modo creativo**, como dice **Sir Ken Robinson**, reconocido a nivel mundial como experto en creatividad y educación, *“**todos somos creativos y creadores pero en ocasiones necesitamos saber cómo entrenarlo**”*. Muchos años de educación formal, especialmente la seguida en la **escuela**, han constreñido nuestra mente a un modo de **pensamiento racional** abstracto que hace que no salgamos mucho del camino marcado. Y ese camino no acostumbra a ser especialmente creativo.

Pero existen obstáculos que nosotros mismos nos ponemos para ser creativos. De **niños todos somos creativos**, pero conforme vamos creciendo y nos van **“educando”** gran parte de esa capacidad creativa queda reducida. Porque de niños empezamos a **buscar aprobación** para sentirnos queridos y aceptados y eso suele pasar por acomodarnos a lo que los demás esperan de nosotros. Y así poco a poco vamos dejando de ser libres y creativos.

**Picasso** dijo una vez: *“**todos los niños nacen siendo artistas; el problema es seguir siendo un artista cuando crecemos**”*.

**Ken Robinson** afirma que: *“**no crecemos incrementando nuestra creatividad, sino que nos educamos fuera de ella**”*.

Según **Philippe Delespesse**, experto en **Inteligencia creativa**, cuando eres adulto tienes **seis frenos** que **te impiden ser creativo**:



– **Bloqueo mental:** es algo que nos impide avanzar, en forma de creencia limitante, la cual nos crea emociones negativas, como miedo, que evita que no logremos lo que nos hemos propuesto. ¡No dejes que los bloqueos mentales te limiten!. El éxito te espera, el primer paso es estar convencidos de que nosotros también somos creativos.

– **Racionalidad:** Se intenta ser creativo desde la inteligencia racional, poniendo límites sobre lo que puede y no puede hacerse. Para ser creativos hay que dejar fluir la creatividad y la parte más intuitiva y emotiva del cerebro.

– **Sistema:** Intentamos pensar dentro del marco, sea éste nuestra empresa, nuestra comunidad o “como siempre hemos pensado”. Para ser creativos hay que atreverse a pensar fuera del marco, a abrir nuestro mapa mental.

– **Miedo:** Sea por nosotros o por el sistema en el que estamos inmersos tenemos miedo al cambio. Eso provoca de nuevo que no nos atrevamos a pensar de manera diversa, amplia y expansiva y lo hagamos de un modo restrictivo.

– **Frustración:** Es posible que no todas las ideas que se nos ocurran sea posible llevarlas a cabo. Pero eso no quiere decir que fueran malas en sí mismas, sólo que de momento no son factibles. El hecho de que no se puedan aplicar no debe ser una excusa para no generar nuevas ideas.

– **Confusión:** Si nos sentimos confundidos suele ser porque hemos equivocado el proceso de generación de ideas. Seguir un pequeño método, como el creativo de Disney puede ser un buen modo de seguir una serie de fases que facilitan el proceso creativo.

Para ser más creativos hay que sentirse más libres. Sin libertad no hay posibilidad de crear y de ir un paso más allá. Una técnica bastante sorprendente que ayuda a sentir esa libertad es la llamada **Técnica de los objetivos imposibles**. Sería una de esas técnicas que usan la intención paradójica (lo que en el lenguaje de la calle se conoce como psicología inversa) para lograr su objetivo. La idea en la que se basa es que cuando nos ponemos un objetivo posible o alcanzable con relativa facilidad, nos sentimos terriblemente presionados a conseguirlo, ya que es “fácil”. Y eso hace que nos sintamos como en un autoexamen continuado que nos presiona a hacerlo bien. Y ya hemos comentado que la presión bloquea la creatividad.

Si directamente nos ponemos un objetivo inalcanzable, la presión desaparece. No hay nada que conseguir ni que demostrar. **La estrategia para llevarlo a cabo sería la siguiente:**



1. Se plantea **un objetivo imposible** en relación al problema planteado. Por ejemplo, fabricar un libro electrónico que sea el más económico del mercado y además de buena calidad.
2. Se acepta que no va a ser exigido ni ese ni ningún otro objetivo en relación al problema.
3. Se identifica **las razones que hacen imposible al objetivo**. En el ejemplo citado podría ser porque los componentes electrónicos necesarios tienen un coste mínimo y no se puede bajar de ese precio.
4. Se escoge alguno de los impedimentos y se busca hacer una mejora. Si nos fijamos en Amazon, lo que hizo fue vender su libro electrónico, el Kindle, casi por debajo de coste y ganar dinero con la venta de los contenidos. Eso es pensar en “paralelo” y no de manera lineal. Como podéis ver, **todos podemos ser creativos y tener ideas valiosas** que supongan un verdadero cambio. Se trata de no ponerse frenos para conseguirlo. De dejar fluir nuestra intuición, de permitirnos cometer errores, de abrir nuestro mapa mental, de probar. Muchas ideas sólo fracasan por el hecho de no haber sido probadas. Sólo la experiencia nos dará el *feedback* que necesitamos para saber si vamos en el buen camino. Así que atrévete a ser creativo y a probar. No te quedes dándole vueltas a las ideas en la cabeza. Pruébalas. Si funcionan habrás conseguido hacer un cambio y si no funcionan tendrás un nuevo aprendizaje y experiencia para la próxima vez.

**¿Qué freno es el que te impide a ti ser creativo?**

Link: <https://unimooc.com/que-seis-frenos-matan-la-creatividad/>